

Impact des campagnes publicitaires parmi les joueurs en ligne : les perceptions du rôle du soutien social

Contexte

- **Les jeux de hasard et d'argent (JHA)** sont vastes : Poker, paris hippiques, jeux de tirage et grattage, casino
- Les typologies de joueurs sont variées : récréatifs, à risque, problématique
- En France, 4,4% de joueurs excessifs et 1,6% de joueurs problématiques (Costes & al., 2019)
- **Soutien social**
 - « L'aide effective apportée à un individu par son entourage », Winnubst, J & al., 1988
 - Soutien social et Jeux hasard et d'argent (JHA)
 - les jeunes joueurs problématiques
 - les hommes jouant hors ligne (vs. les femmes)
- **Impact des campagnes publicitaires**
 - Les joueurs problématique sont davantage incités à jouer après avoir vu une campagne publicitaire sur le jeu que les autres types de joueurs

Objectifs et Méthode

- Déterminer le lien entre des variables relatives au jeu et soutien social perçu.
- Un questionnaire en ligne a été diffusé entre février et mars 2019 sur les réseaux sociaux
- Différents questionnaires standardisés :
 - La typologie de joueurs – ICJE (Ferris et Wynne, 2001),
 - Soutien social - SSQ6 (Sarason, 2006)
 - La pratique du jeu (âge du premier jeu, modes de jeu) et des questions sociodémographiques.
 - Procédure de rappel de campagnes diffusés au cours des 12 derniers mois, incitation et comportement de jeu suite au visionnage de ces campagnes

Résultats

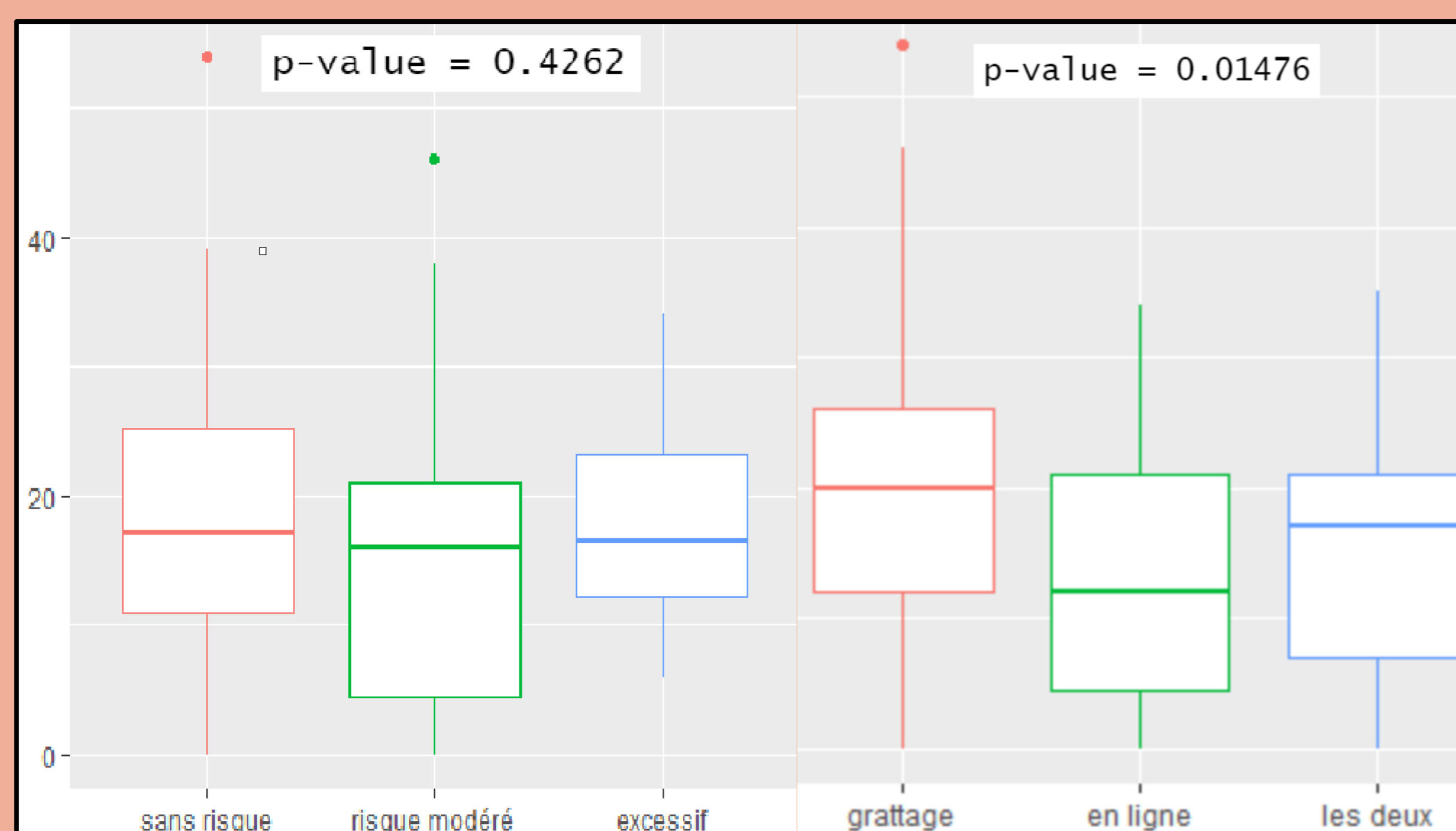
109 répondants dont :

- 77 hommes et 32 femmes
- Moyenne d'âge : 35,8 ans (ET : 11,8)
- 9 % joueurs problématiques
- 36 % joueurs à risque modéré

Un **soutien social** plus faible chez les joueurs en ligne vs. joueurs en dur

Le **rappel de campagnes publicitaires** est identique quelque soit le mode de jeu, et la typologie des joueurs.

Les joueurs problématiques et ceux jouant en ligne et en dur sont **davantage incités** et enclenchent un **comportement de jeu** après avoir été exposés à une campagne.



	Rappel		Incitation		Comportement	
	M (ET)	p-value	%	p-value	%	P-value
Type de joueurs		0.468		0.0022		0.048
Récréatifs	2.6 (1.3)		9%		14%	
A risque	3.0 (2.2)		17%		25%	
Problématique	3.6 (1.6)		50%		40%	
Mode de jeu		0.202		0.027		0.049
En dur	2.7 (2.0)		19%		19%	
En ligne	2.8 (1.4)		5%		14%	
Les deux	3.2 (1.7)		29%		33%	

Conclusion - Discussion

- Dans les JHA, le soutien social est davantage lié au mode de jeu plutôt qu'à la typologie du joueur
- Le mode de jeu et le type de jeu n'influencent pas le rappel de campagne publicitaire, les joueurs problématiques sont davantage incités à jouer après avoir vu une campagne, et déclenchent aussi davantage un comportement de jeu.
- Des recherches doivent investiguer davantage les caractéristiques des JHA en prenant en compte la diversité des jeux et des joueurs en lien avec le soutien social et l'impact des campagnes publicitaires

Références

- Costes, JM., Eroukmanoff V., Richard JB, & Philippon. A. « Les Français et les jeux d'argent et de hasard - Résultats du Baromètre de Santé publique France 2019 - Tendances 138 », juin 2020.
- Ferris, J, & Wynne, J (2001). « L'indice canadien du jeu excessif ». Ottawa, Canada: Centre canadien de lutte contre l'alcoolisme et les toxicomanies, s. d.
- Sarason, Irwin G., Barbara R. Sarason, Edward N. Shearin, et Gregory R. Pierce. (1987) « A Brief Measure of Social Support: Practical and Theoretical Implications ». Journal of Social and Personal Relationships 4, no 4: 497-510.